

INTISARI

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang paling berpengaruh di dunia. Pariwisata berkembang menjadi industri pariwisata baik antar daerah atau negara. Kunjungan wisatawan mancanegara di Jawa Barat terbesar kedua setelah pulau dewata Bali. Sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat, Bandung merupakan kota metropolitan terbesar ketiga setelah Jakarta dan Surabaya dengan jumlah objek wisata terbanyak di provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan domestik asal Surabaya terhadap destination image Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilakukan di Bandung dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Identitas responden dan deskripsi jawaban responden diuji dan diolah menggunakan program IBM SPSS *Statistic version 18.0*.

Dari hasil penelitian dapat diartikan bahwa wisatawan domestik asal Surabaya memiliki persepsi yang positif terhadap destination image di Bandung. Total rata-rata tertinggi adalah Attraction Dimensions dan rata-rata terendah adalah Infrastructure Dimensions. Berdasarkan pada elemen yang memiliki nilai tertinggi adalah pernyataan bahwa Bandung memiliki fasilitas belanja yang baik, sedangkan untuk rata-rata terendah ada pada pernyataan bahwa Bandung memiliki kualitas infrastruktur yang baik (Jalan, Bandara, dan Fasilitas Umum).

Kata Kunci: Destination Image, Atraksi, Persepsi Wisatawan.

ABSTRACT

Tourism is one of the largest industries in the world's most influential. Tourism industry developed into the tourism, between regions or countries. Foreign visitors in West Java's second largest after the Bali island. As the capital of the province of West Java, Bandung is the third largest metropolitan city after Jakarta and Surabaya with the largest number of attractions in the province of West Java. This study aims to determine perceptions of domestic tourists from Surabaya to Bandung about destination image.

This research is a descriptive study conducted by using primary data sources obtained using a questionnaire research instruments. The sample used convenience sampling, the number of respondents as many 150 people. The identity of the respondent answers the description is tested and processed using IBM SPSS Statistics program version 18.0.

From the research results can be interpreted that domestic tourists from Surabaya has a positive perception of the destination image in Bandung. The highest total average is Attraction Dimensions and lowest average is Infrastructure Dimensions. Based on the element that has the highest value is the statement that Bandung has good shopping facilities, while the lowest average is the statement that Bandung has good quality infrastructure (Roads, Airports, and Public Facilities).

Keyword: Destination Image, Attraction, Tourist Perception.